

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Website termasuk alat dakwah yang harus dikuasai karena dakwah akan lebih masif dan menyeluruh serta dapat diakses oleh setiap orang dan setiap generasi. NU Online Jabar termasuk salah satu website dakwah organisasi keagamaan di Jawa Barat yang mempunyai peran penting dalam melakukan penyebaran dakwah. Dengan website ini masyarakat dapat mengakses berbagai informasi keagamaan baik masalah fiqih, tauhid, tasawuf dan lain sebagainya.

Sebagaimana media massa, website berfungsi menginformasikan, mendidik, menghibur, mengawasi perilaku publik dan penguasa. Dengan demikian website berfungsi untuk menjadi *agent of change* yang akan berefek baik bagi individu maupun kelompok masyarakat.<sup>1</sup> Informasi keagamaan yang dikemas melalui website, dapat menjadi filter bagi setiap aktivitas manusia untuk bertindak sesuai dengan etika dan norma yang berlaku. Pemanfaatan website untuk kegiatan dakwah lebih tepat, karena website merupakan media online yang dapat menjangkau semua pembaca (*mad'u*) secara merata, yang dikemas secara sempurna sehingga pembaca (*mad'u*) akan mudah dalam memahami dan menerimanya.

---

<sup>1</sup> Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004).

Namun demikian pemanfaatan website sebagai media dakwah belum berjalan dengan baik dan masif, hal tersebut dapat ditinjau dari segi segmentasi objek dakwah (mad'u), tentu generasi muda dan kaum terdidik lebih dominan menggunakan media website untuk mencari informasi yang dibutuhkan, sedangkan masyarakat secara luas belum semua dapat mengaksesnya, dikarenakan belum meratanya jaringan internet di semua wilayah.<sup>2</sup> Disamping daripada itu, banyak generasi muda yang menggunakan website sebagai media untuk belajar agama, tanpa memperhatikan siapa yang berbicara dan penguasaan materi dakwah yang disampaikan.

Menurut laporan terbaru yang disampaikan manajemen konten HootSuite, dan agensi pemasaran media sosial We are Social dalam sebuah laporan berjudul "Digital 2021" melaporkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada pertengahan tahun 2021 mencapai 202,6 juta orang. Jumlah ini bertambah 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan dengan Januari 2020. Jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini sebanyak 274,9 juta jiwa. Artinya, presentasi internet di Indonesia pada awal tahun 2021 mencapai 73,7 persen. HootSuite juga melaporkan bahwa pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun diketahui memiliki beberapa perangkat elektronik berbeda, termasuk ponsel (baik *smartphone* maupun *non-smartphone*), laptop/PC, tablet, *smartwatch*, dll.<sup>3</sup> Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) menurut

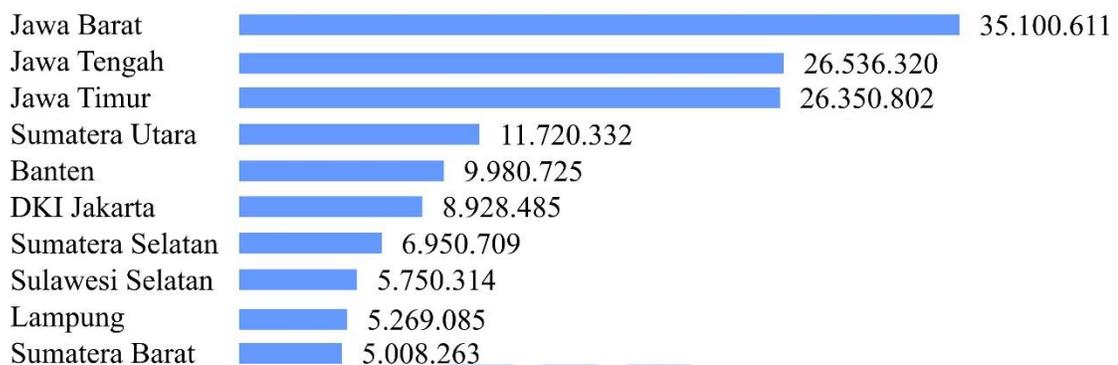
---

<sup>2</sup> Walian Anang, "Pengembangan Media Dakwah Kontemporer Berbasis Website: Studi Kasus Pada WWW. Assajidin. Com," *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)* Vol. 3, No (2019): 5.

<sup>3</sup> Putri Riyanto Galuh, "Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta," *Kompas.Com*, last modified 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>.

laporan “survey internet APJII 2019-2020 mengatakan bahwa provinsi Jawa Barat memiliki pengguna internet terbanyak mencapai 35.100.611 jiwa, mengingat beberapa kota dan kabupaten di provinsi Jawa Barat berdampingan dengan ibukota negara dan menjadi pusat industri yang masif.<sup>4</sup>

### 10 Provinsi di Indonesia Dengan Jumlah Pengguna Internet Tertinggi



Gambar 1. 1 Jumlah pengguna internet tertinggi di Indonesia

Jawa Barat sebagai pengguna internet terbanyak di Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 35.100.611 jiwa ternyata dijadikan ruang penyebaran paham intoleran dan radikalisme. Hal ini dapat dilihat dari data yang disampaikan H. Satori, S.H., M.H dalam tulisannya berjudul perkembangan kelompok intoleran, radikal dan jaringan teror yang disampaikan pada acara seminar pencegahan dan penanggulangan terorisme di Jawa Barat yang diselenggarakan oleh LBH GP Ansor Jawa Barat menyebutkan bahwa persebaran pelaku teroris di Jawa Barat mencapai 275 orang yang

<sup>4</sup> JP Slamet, “Pengguna Internet Di Indonesia,” *Kompaspedia.Kompas.Id*, last modified 2021, <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/peta-tematik/pengguna-internet-di-indonesia>.

tersebar di beberapa wilayah, Bogor 52 orang, Purwakarta 10 orang, Bandung Raya 52 orang, Cirebon Raya 101 orang, Priangan 60 orang.



*Gambar 1. 2 jumlah pelaku teroris di Jawa Barat*

Website digunakan untuk menyebarkan paham radikal oleh para teroris dan pendukungnya. Kehadiran website juga digunakan untuk melakukan perekrutan, perencanaan dan juga sebagai media untuk mendapatkan dukungan keuangan.<sup>5</sup> Terdapat 5.500 lebih situs website yang dipergunakan untuk penyebaran pengaruh ideologi Al-Qaeda di dunia yang mana situs tersebut meningkat 900 kali setiap tahunnya.<sup>6</sup> Menurut penelitian yang dilakukan Iqbal, A.M website juga digunakan kelompok salafi untuk melakukan proses sosialisasi identitas, menyebarkan Ideologi, misi dakwah salafi, bahkan mengemukakan pandangan mereka terhadap isu-isu global dan konflik yang sedang terjadi. Tujuan dari keikutsertaan mereka menggunakan

<sup>5</sup> S.D. Keene, "Terrorism and the Internet: A Double-edged Sword," *Journal of Money Laundering Control* Vol. 14 No (2011): 359–370.

<sup>6</sup> Yang Hui Jennifer, "Studies in Conflict & Terrorism The Internet in Indonesia : Development and Impact of Radical Websites The Internet in Indonesia.," *Studies in Conflict & Terrorism* Vol. 33, 2 (2010): 171–191.

website sebagai media dakwah untuk ikut serta mengemukakan polemik *cyberwar* terhadap orang-orang yang mereka anggap melanggar keaslian Islam.<sup>7</sup>

Penggunaan website sebagai media penyebaran radikalisme dikarenakan website tidak terbatas oleh ruang dan waktu, juga sulit untuk terdeteksi. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan teori *second media age* yang beranggapan bahwa website yang merupakan bagian dari pada internet memberikan sebuah ruangan jaringan yang mempunyai kemampuan tidak tertandingi dalam proses interaksi.<sup>8</sup> Kehadiran website telah memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi keagamaan.

Dalam upaya menangkal paham intoleransi dan radikalisme dalam media website, pada tahun 2011 PBNU bekerja sama dengan Kemenkominfo memblokir 300 dari 900 situs yang mengandung konten radikalisme, pada tahun 2015 Kemenkominfo memblokir 22 situs Islam yang menyebarkan paham radikalisme. Pemblokiran tersebut dilakukan atas permintaan BNPT yang mengacu pada 3 kriteria yang ditentukan, pertama menggunakan kekerasan dengan mengatasnamakan agama, kedua mengkafirkan orang lain, ketiga pemaknaan terhadap jihad yang terbatas. Terhitung sebanyak 814.594 situs website telah diblokir sejak 2010-2015, data tersebut mengacu

---

<sup>7</sup> Nur Azizah Rina Sari Kusuma, "Melawan Radikalisme Melalui Website," *Jurnal ASPIKOM* Vol. 3, No (2018): 942–957.

<sup>8</sup> Rina Sari Kusuma, "Melawan Radikalisme Melalui Website," 952.

pada data yang di sampaikan oleh BNPT yang merupakan lembaga non pemerintahan yang bertugas untuk menanggulangi terorisme dan radikalisme.<sup>9</sup>

Dakwah islam merupakan proses tansformasi penyampaian pesan dakwah dan menghasilkan perubahan kearah yang lebih baik kepada muslim atau non muslim, sehingga dapat terbangun kehidupan individu dan kemasyarakatan yang Islami. Secara fitrahnya, dakwah yang dimaksud merupakan upaya yang mengarah kepada perubahan kearah perbaikan umat, keselamatan masyarakat, dan kemajuan bangsa dan negara serta melestarikan nilai-nilai Islam sehingga menjadi warna seluruh dimensi kehidupan serta terciptanya terciptanya lingkungan yang Islami.<sup>10</sup>

Dakwah merupakan proses mengajak manusia dengan hikmah dan kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya, manusia berdakwah dapat melalui berbagai metode dalam kehidupan disesuaikan dengan kebutuhan, situasi dan kondisi. Metode tersebut tercantum dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالتَّيِّبَاتِ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah 424) dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu

<sup>9</sup> Fauzi Ghifari Imam, “RADIKALISME DI INTERNET,” *Jurnal Agama dan Lintas Budaya* Vol. 1 No2 (2017): 123–134.

<sup>10</sup> Aliyuddin Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah* (Bandung: PT Widya Padjajaran, 2009).

Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.

Dakwah islam memerlukan sebuah strategi baru yang dapat mengantisipasi perubahan zaman yang semakin dinamis. Oleh karena itu dalam melakukan rekayasa peradaban Islam sekarang ini untuk menyongsong kebangkitan umat di zaman modern diperlukan penyesuaian strategi yang tepat.<sup>11</sup> Dalam upaya mencari solusi menghadapi problematika dan sarana pemecahan persoalan umat manusia membutuhkan suatu perencanaan yang matang. Maka disinilah letak signifikan diperlukannya strategi komunikasi sebagai perencanaan kegiatan dakwah.

Dalam konteks hari ini, reformulasi dan rekonstruksi strategi komunikasi untuk kebutuhan dakwah merupakan kebutuhan yang perlu dilakukan. Dilihat dari faktor perkembangan, perubahan, dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang berlangsung sangat cepat dan pesat. Respon daripada perkembangan tersebut, membuat masyarakat dunia terus membenahi diri, agar tidak tertinggal dari peradaban modern. Demikian juga strategi komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan dakwah. Apalagi digunakan dalam kegiatan dakwah suatu organisasi untuk mencapai tujuan dakwah, apabila suatu strategi komunikasi yang diaplikasikan dalam kegiatan dakwah itu baik, maka aktivitas dakwah dapat tersusun secara sistematis dan terstruktur. Strategi komunikasi dalam konteks organisasi adalah penetapan berbagai tujuan dan juga sasaran jangka panjang yang bersifat mendasar

---

<sup>11</sup> Bahri Ghazali M, *Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, Cet ke-1. (Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1997), 33.

bagi sebuah organisasi. Kemudian dilanjutkan dengan penetapan rencana aktivitas dan pengalokasian sumber daya yang diperlukan untuk mencapai berbagai sasaran.<sup>12</sup>

Nahdlatul Ulama (NU) adalah sebuah *jamáiyah islamiyyah* (organisasi keagamaan) dan *ijtimaíyyah* (perkumpulan) yang merupakan wadah para ulama dan para pengikutnya. Latar belakang berdirinya Nahdlatul Ulama berdasarkan kesadaran bermasyarakat, pada tanggal 16 rajab 1344 H, bertepatan dengan 31 januari 1926, yang bertujuan memelihara, melestarikan dan mengamalkan ajaran islam *Ahlussunnah Wal Jama'ah An-Nahdliyah* , menciptakan kemaslahatan masyarakat, kemajuan bangsa, dan ketinggian martabat manusia. Nahdlatul Ulama lahir sebagai representatif dari kaum tradisional, yang merupakan respon dari umat Islam terhadap problem dan fenomena yang sedang berkembang dalam dunia Islam di Indonesia dan untuk berkiprah memperkuat barisan kebangkitan nasional.

Nahdlatul Ulama adalah organisasi terbesar di Indonesia, dan mempunyai peran penting dalam membentuk struktur sosial yang ideal. Struktur organisasi Nahdlatul Ulama terdiri dari kiai yang merupakan simbol daripada ulama, kiai adalah figur sentral dalam kehidupan masyarakat. Nahdlatul Ulama telah menetapkan dirinya sebagai pengawas tradisi dengan memperhatikan ajaran dari empat mazhab, salah satunya mazhab Syafi'i yang dianut oleh sebagian besar umat Islam di seluruh Nusantara.

PWNU Jawa Barat merupakan singkatan dari Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat. Tujuan PWNU Jawa Barat adalah untuk menegakan ajaran Islam

---

<sup>12</sup> Judge Robbins SP, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 6.

berdasarkan pemahaman *Ahlussunnah Wal Jama'ah An-Nahdliyah* di tengah kehidupan masyarakat dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Dengan visi “Terciptanya NU Jabar sebagai organisasi massa yang mandiri dan maslahat bagi umat dan dan senantiasa mengawal terwujudnya masyarakat Jawa Barat yang lebih sejahtera, berkeadilan dan demokratis berdasarkan Islam *Ahlussunnah Wal Jama'ah An-Nahdliyah*.” Melalui Misi: (1) Menyelenggarakan Dakwah Islamiyah dan membimbing umat menuju masyarakat *mutamaddin*. (2) Memberdayakan pesantren dan meningkatkan kualitas Pendidikan dalam mencerdaskan bangsa. (3) Meningkatkan peranan dalam membangun dan menjaga kelangsungan ekonomi umat yang berkeadilan. (4) Meningkatkan peran sosial keagamaan untuk kesejahteraan masyarakat.<sup>13</sup>

NU Online Jabar sebagai objek penelitian ini merupakan situs resmi Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat (PWNU Jabar). Sebagai Situs resmi PWNU Jabar, NU Online Jabar berusaha mengembangkan aktivitas dan pandangan NU di Jawa Barat. Fungsi dari NU Online Jabar adalah sebagai pusat basis data (*database*), potensi dan khazanah ilmiah, keputusan-keputusan, dan hasil kajian para ulama NU di Jawa Barat yang dapat diakses oleh siapapun dari seluruh penjuru Jawa Barat, Indonesia dan dunia.

NU Online Jabar menjadi salah satu website yang hadir yang dikelola oleh Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat yang mengikuti era pada masa hari ini

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara mendalam dengan Iip Dzulkipli Yahya (Direktur Media Center PWNU Jawa Barat) pada tanggal 7 september 2021

yang fokus pada gerakan digitalisasi dakwah. Melalui NU Online Jabar berbagai khazanah NU dan pesantren di Jawa Barat disebarluaskan dan diperkenalkan kepada khalayak luas. Dengan demikian, NU Online Jabar menjadi sarana strategis untuk mengenalkan ajaran Islam *Ahlussunnah Wal Jama'ah An-Nahdliyah*. NU Online Jabar juga menjadi sarana koordinasi antar lembaga di lingkungan NU Jawa Barat. Secara teknis, berbagai isu keislaman, kemanusiaan, Pendidikan, ekonomi, teknologi, sosial, budaya, kebangsaan, dan kenegaraan didiskusikan antar-lembaga di ruang redaksi NU Online Jabar dan beberapa isu krusial disebarluaskan melalui jaringan NU Online Jabar.<sup>14</sup>

Dakwah digital yang dilakukan oleh NU Online Jabar secara penampilan konten dan program menyesuaikan dengan ragam segmentasi mengingat luasnya cakupan kelompok islam yang ada di Indonesia, termasuk didalamnya orang-orang yang tidak mengidentifikasi diri sebagai pengikut ormas tertentu, maka NU Online Jabar mencoba melayani kebutuhan konten-konten keislaman mereka. Namun secara substansi masih mengakar dalam tradisi keagamaan NU.

Website NU Online Jabar dikelola dengan manajemen yang baik, layaknya media profesional lainnya. Hal tersebut berimbas pada produktivitas dalam memproduksi sebuah tulisan. Menurut laporan dari pengelola website NU Online Jabar sejauh ini website NU Online Jabar menerbitkan 10-15 tulisan dalam satu hari. Antusiasme daripada pembaca juga cenderung positif, yang mana sejauh ini pembaca

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara mendalam dengan Iip Dzulkipli Yahya (Direktur Media Center PWNU Jawa Barat) pada tanggal 7 september 2021

daripada website NU Online Jabar mencapai 24.339.36 pembaca dan 67.202.566 tayangan halaman.<sup>15</sup>

Dengan adanya NU Online Jabar pemikiran-pemikiran NU dapat tersampaikan kepada masyarakat/public dengan lebih efektif dan efisien. Dalam hal ini prinsip-prinsip NU dapat dipertahankan dan diperjuangkan oleh NU Online Jabar. Dalam hal metode dan penyampaiannya, NU Online bersifat dinamis, dalam artian dapat mengimbangi dengan perkembangan zaman. Termasuk dalam hal memanfaatkan media sosial atau internet sebagai media penyampaian dakwah.

Selain berperan sebagai media NU berskala daerah dan nasional, NU Online Jabar juga berperan sebagai media pembangkit intelektualitas kyai dan pesantren di Jawa Barat dan media untuk membumikan nilai-nilai ataupun khazanah keislaman. Peran tersebut yang saat ini dipertahankan dan dikembangkan oleh NU Online Jabar. Atas kerja keras yang dilakukan tersebut, NU Online Jabar pernah mendapatkan penghargaan pada tahun 2021 sebagai situs terbaik pada rubrik keislaman.<sup>16</sup>

Maka apa yang dilaksanakan oleh NU Online Jabar dengan websitenya, dakwah digital yang dilakukan dapat menjadi penelitian dalam bentuk strategi, pengelolaan, taktik persuasif dakwah digital yang ada dalamnya, maka dalam motonya NU Online Jabar yaitu Beranda Islam Indonesia yang menegaskan bahwa NU Online Jabar ingin

---

<sup>15</sup> Hasil wawancara mendalam dengan M Rizky Fauzi (Pimpinan Redaksi NU Online Jabar) pada tanggal 23 september 2021

<sup>16</sup> Hasil wawancara mendalam dengan M Rizky Fauzi (Pimpinan Redaksi NU Online Jabar) pada tanggal 23 september 2021

menjadi referensi pokok informasi keislaman di Indonesia dengan nilai-nilai moderat dan toleran.

### **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, penelitian ini fokus pada strategi komunikasi dan proses manajemen dalam dakwah digital yang dilakukan melalui website NU Online Jabar. Untuk mengetahui hal tersebut dirinci dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana perencanaan dakwah digital NU Online Jabar?
- 2) Bagaimana manajemen strategis dakwah digital NU Online Jabar?
- 1) Bagaimana taktik persuasif dakwah digital NU Online Jabar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah digital yang dilakukan melalui website NU Online Jabar. Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diantaranya untuk mengetahui dan juga menganalisis mengenai:

- 2) Perencanaan dakwah digital NU Online Jabar
- 3) Manajemen strategi dakwah digital NU Online Jabar
- 4) Taktik persuasif dakwah digital NU Online Jabar

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Secara Akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan dan pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam keilmuan

Komunikasi dan Penyiaran Islam, hasil penelitian dapat memberikan manfaat mengenai strategi dakwah melalui *platform* digital khususnya website.

Bagi Prodi Komunikasi dan penyiaran Islam program Pascasarjana S2 UIN Sunan Gunung Djati Bandung, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran tentang perkembangan ilmu komunikasi, menambah wawasan, rujukan, pengetahuan bahkan menjadi pedoman khususnya bagi para praktisi dakwah.

Untuk Pimpinan Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran terkait evaluasi sistem program dakwah digital.

Secara Praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi langsung bagi para pengembang dakwah baik lembaga, Da'i dan pengelola dakwah digital.

Untuk Para *Mubaligh*, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bahkan acuan dalam melakukan dakwah dalam dunia digital yang inovatif dan mampu beradaptasi dengan kehadiran era digitalisasi yang sangat bergantung terhadap kebutuhan dan pemanfaatan media.

Untuk Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran yang mencerahkan khususnya dalam kebutuhan informasi keagamaan yang dilakukan secara digital oleh Pimpinan Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat.

## **1.5 Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 *Theory The Planning* (Charles Berger, 1997)**

Teori perencanaan yang dikemukakan Charles Berger menjelaskan proses yang akan dilakukan seseorang dalam proses perencanaan perilaku komunikasi yang akan

dilakukan. Dalam teori perencanaan yang dikembangkan oleh Charles Berger terdapat beberapa asumsi dasar, diantaranya:

Kekuatan tujuan akan mempengaruhi rencana yang cenderung kompleks. Asumsi ini menyatakan bahwa ketika suatu tujuan kuat, maka akan mempengaruhi terhadap rencana yang dimiliki mengenai rencana dan pengetahuan dalam pelaksanaan aksi.

Teori ini memprediksi ketika suatu pengetahuan (khusus dan umum) yang lebih kompleks, maka rencana akan jelas. Dalam kasus ini dapat dilihat seberapa besar PWNU Jawa Barat dalam perencanaan untuk melaksanakan dakwah digital melalui website NU Online Jabar. Asumsi ini menitikberatkan pada sumber informasi atau sumber pengetahuannya harus dikuatkan terlebih dahulu, apabila sebelumnya sudah kuat, maka dalam proses perumusan rencana akan lebih mudah dan terperinci.

Besar atau kecilnya hasil yang dicapai tergantung pada motivasi untuk mencapai suatu tujuan. Teori Biger menunjukan bahwa apakah besar dan kecilnya keberhasilan tergantung pada motivasi untuk mencapai suatu tujuan. Sebuah rencana akan menjadi matang dan mempunyai kemungkinan untuk berhasil apabila mempunyai motivasi yang sangat kuat. Sebaliknya apabila motivasi untuk mencapai sebuah tujuan rendah, besar kemungkinan terjadinya suatu kegagalan. Maka dalam hal ini dapat dilihat apakah PWNU Jawa Barat mempunyai motivasi yang kuat untuk melakukan dakwah digital melalui website NU Online Jabar.

Perencanaan dan pencapaian tujuan sangat terikat ke dalam emosi keberhasilan perencanaan dan pencapaian tujuan ditentukan oleh kerja keras untuk mencapai tujuan

dan kedekatan tujuan sebenarnya. Jika suatu tujuan sangatlah penting, maka seseorang akan berhati-hati dan sangat memikirkan tentang rumusan perencanaan.<sup>17</sup>

Urgensi dalam teori *planning* dalam penelitian ini yaitu mengetahui kekuatan tujuan dan motivasi pengurus organisasi PWNU Jawa Barat yang akan mempengaruhi terhadap rencana organisasi PWNU Jawa Barat dalam pelaksanaan dakwah digital melalui website NU Online Jabar.

### **1.5.2 Theory The Strategic Management (Fred R. David, 1986)**

*The Strategic management* yang Fred R David mengemukakan; “*The strategic-management process consists of three stages: strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation*” (Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahapan: tahapan perumusan, implementasi dan evaluasi.<sup>18</sup> Teori ini digunakan menjadi sebuah pijakan untuk menganalisis manajemen PWNU Jawa Barat dalam tahapan strategi dakwah digital melalui website NU Online Jabar.

### **1.5.1 Konsep Strategi**

Menurut Onong, Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan proses perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk arah saja, melainkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>19</sup> Dengan demikian

<sup>17</sup> Robbins SP, *Perilaku Organisasi*, 117.

<sup>18</sup> Fred R. David, *Strategic Management CONCEPTS AND CASES* (South Carolina: Francis Marion University Florence, 2011), 6.

<sup>19</sup> Uchjana effendi Onong, , *Ilmu, Teori Dan Filasfat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya bakti, 2003), 300.

strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dalam upaya pencapaian tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis, yang artinya pendekatan yang digunakan dapat berbeda tergantung dengan situasi dan juga kondisi.

Abidin juga berpendapat bahwa strategi komunikasi terdiri dari: keseluruhan perencanaan, dan taktik yang akan dipergunakan untuk melancarkan proses komunikasi dengan memperhatikan aspek yang terdapat pada proses komunikasi untuk mencapai sebuah tujuan yang diharapkan.<sup>20</sup> Dalam penjelasan abidin tidak terdapat manajemen sebagai strategi komunikasi. Namun abidin menggunakan strategi dalam ruang lingkup komunikasi yaitu metode atau taktik yang dapat mengatur pelaksanaan operasional komunikasi agar berjalan efektif dan efisien. Maka Strategi komunikasi sebagai suatu proses penentuan yang berfokus pada tujuan organisasi disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat dilaksanakan dan dicapai secara efektif dan efisien.

Suhandang juga menjelaskan bahwa Strategi komunikasi merupakan suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak atau *mad'u*. Strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi. Sebagai proses perencanaan komunikasi tentunya juga memerlukan suatu kegiatan untuk menentukan atau membatasi masalah, memilih

---

<sup>20</sup> Onong, , *Ilmu, Teori Dan Filasfat Komunikasi*, 116.

sasaran dan tujuan, memikirkan cara-cara untuk melaksanakan usaha pencapaian tujuan dan mengukur kemajuan ke arah pencapaian tujuan.<sup>21</sup>

Dari beberapa konsep strategi komunikasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi terdiri dari keseluruhan perencanaan, manajemen dan taktik yang dipergunakan dalam memperlancar proses komunikasi dengan efektif dan efisien. Maka faktor yang paling penting dalam pencapaian suatu strategi komunikasi yang dilaksanakan organisasi untuk memperlancar suatu kegiatan dan menarik simpati khalayak agar mengikuti dan menghadiri kegiatan tersebut dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu: menyusun keseluruhan perencanaan dan manajemen dalam melaksanakan kegiatan suatu organisasi serta taktik yang digunakan dalam suatu kegiatan supaya melancarkan komunikasi dalam mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Sedangkan taktik yang lebih relevan dalam penelitian ini yang digunakan dalam kegiatan yang dapat mempengaruhi khalayak adalah taktik persuasi.

Dalam melaksanakan suatu program atau kegiatan suatu organisasi tentunya memerlukan perencanaan yang matang. Perencanaan komunikasi merupakan hal yang sangat penting digunakan agar kegiatan yang dilakukan terlaksana dengan optimal. Maka daripada itu perencanaan komunikasi dipandang penting dalam sebuah organisasi dalam melakukan sebuah kegiatan dikarenakan beberapa alasan antara lain:

---

<sup>21</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 85.

- 1) Dengan adanya perencanaan komunikasi, diharapkan dapat bertumbuhnya suatu pengarahan kegiatan, pedoman bagi pelaksanaan kegiatan yang ditunjukkan pada pencapaian tujuan.
- 2) Dengan perencanaan komunikasi, dapat dilakukan perkiraan terhadap hal-hal pada masa pelaksanaan yang akan dilalui.
- 3) Perencanaan komunikasi memberikan kesempatan untuk memilih berbagai cara alternatif yang baik.
- 4) Dengan perencanaan komunikasi dapat dilakukan penyusunan skala prioritas.

Dengan adanya rencana, ada suatu alat pengukur atau standar untuk mengadakan pengawasan, dan evaluasi kinerja organisasi.<sup>22</sup> Maka dengan demikian organisasi PWNU Jawa Barat, tentunya memiliki perencanaan komunikasi dalam setiap kegiatan dakwah digital yang dilakukan. Melihat hal itu sangat relevan dalam penelitian dalam penelitian ini mencoba mengungkapkan bagaimana perencanaan komunikasi yang dilakukan. Dalam menyusun setiap model perencanaan program komunikasi terdapat beberapa langkah perencanaan yang harus ada. Menurut Abidin Langkah-langkah dalam perencanaan komunikasi antara lain:

- 1) Proses analisa masalah.
- 2) Proses analisis khalayak.
- 3) Merumuskan tujuan.
- 4) Memilih media.

---

<sup>22</sup> Yusuf zaenal Abidin, *Manajemen Komunikasi; Filosofi, Konsep Dan Aplikasi*, Cet. 1. (Bandung: Pustaka Setia, 2015).

- 5) Merencanakan produksi media.
- 6) Merencanakan manajemen.
- 7) Pengembangan pesan.
- 8) Merencanakan evaluasi.<sup>23</sup>

Dalam pandangan Onong bahwa manajemen juga termasuk dalam strategi komunikasi. Manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi. Begitu juga organisasi PWNU Jawa Barat, dalam menyelenggarakan proses dakwahnya tentunya menggunakan sebuah manajemen. Karena dari manajemen yang baik akan dapat memudahkan dalam upaya mewujudkan tujuan organisasi. Hal ini sesuai dengan teori dari Freed *Theory the Strategic Management* maka manajemen sebagai pijakan dalam sebuah penelitian terhadap kegiatan dakwah digital PWNU Jawa Barat. Fred R. David mengatakan bahwa dalam proses strategi ada tahapan-tahapan yang harus ditempuh, antara lain:

- 1) Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi terdapat beberapa hal yang termasuk di dalamnya antara lain: pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, penentuan kekuatan dan kelemahan secara internal, melahirkan strategi alternatif, serta memiliki memiliki strategi untuk dilakukan. Pada tahapan ini proses perancangan dan menyeleksi beberapa strategi yang akhirnya menuntun pada pada pencapaian visi dan tujuan organisasi.

---

<sup>23</sup> Yusuf zaenal Abidin, *Manajemen Komunikasi; Filosofi, Konsep Dan Aplikasi*, 96.

## 2) Implementasi Strategi

Implementasi strategi dapat disebut juga sebagai tindakan dalam sebuah strategi, implementasi strategi dapat diartikan mobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi sebuah tindakan. Kegiatan yang termasuk dalam implementasi strategi adalah pengembangan budaya organisasi dalam mendukung sebuah strategi, menciptakan struktur yang efektif, mengubah arah, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi yang masuk. Dalam mencapai kesuksesan dalam implementasi strategi, maka dibutuhkan adanya kedisiplinan, motivasi kerja.

## 3) Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi merupakan tahap akhir manajemen strategi, yaitu proses dimana manajer atau pimpinan membandingkan hasil-hasil yang diperoleh dengan tingkat pencapaian tujuan. Tahapan akhir dalam sebuah strategi adalah proses evaluasi strategi yang telah dirumuskan sebelumnya.<sup>24</sup>

Taktik komunikasi yang relevan dalam penelitian ini adalah, menggunakan taktik persuasi, karena dalam penelitian ini mengungkap mengapa website NU Online Jabar dapat mempengaruhi atau membuat simpati masyarakat sehingga banyaknya jumlah pembaca dalam setiap tulisan yang diterbitkan Website NU Online Jabar. Dalam usaha persuasi, terdapat beberapa jenis taktik yang dapat digunakan sebagai dasar kegiatan komunikasi atau kegiatan dakwah.

---

<sup>24</sup> Fred R. David, *Strategic Management CONCEPTS AND CASES*, 7.

Al-Qur'an juga menjelaskan betapa pentingnya pesan yang disampaikan oleh komunikator dakwah. Dalam al-qur'an terdapat kata qaulan dalam banyak ayat. Gaya bicara Al-Qur'an atau pembicaraan (qaulan) dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam. Bentuk prinsip komunikasi Islam tersebut diantaranya: *Qaulan Sadida* (perkataan yang benar), *Qaulan Baligha* (perkataan yang efektif dan tepat sasaran), *Qaulan Karima* (perkataan yang mulia), *Qaulan Ma'rufa* (perkataan yang baik, pantas), *Qaulan Layyina* (lemah lembut), *Qaulan Maisura* (mudah diterima).<sup>25</sup> Berdasarkan beberapa jenis taktik tersebut, maka dalam penelitian ini dapat menganalisis dengan menentukan jenis taktik yang dilaksanakan oleh PWNU Jawa Barat melalui Website NU Online Jabar.

### 1.5.2 Konsep Dakwah Digital

Secara umum dakwah dapat diartikan suatu aktivitas dalam upaya melaksanakan dakwah islam untuk mengajak manusia kepada kebaikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, dakwah secara khusus, seringkali disebut dengan gerakan islam (*alharakah al-islamiyyah*) atau dapat disebut juga sebagai jamaah dakwah atau disebut juga *dakwah Fiah* (kelompok dakwah), yang mana terdiri dari orang-orang dalam satu kelompok yang secara bersma-sama melaksanakan dakwah dalam satu kesatuan kerja dan kordinasi. *Harakah adda'wah* dalam hal ini menurut al-Qahthani merupakan suatu gerakan yang berorientasi pada pengembangan masyarakat Islam dengan sistematika dimulai dari perbaikan secara individu (*ishlah al-fard*),

---

<sup>25</sup> Rakhmat Jalaluddin, *Islam Aktual: Referensi Seorang Cendekiawan* (Bandung: Mizan, 1994), 76–87.

keluarga (*ishlâh al-usrah*), masyarakat (*ishlâh almujtama'*) dan perbaikan pemerintah dan negara (*ishlâh al-daulah*).<sup>26</sup>

Dakwah digital dalam penelitian ini secara *eksplisit* dalam dakwah digital yang dilakukan oleh Pimpinan Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat, maka dalam hal itu lebih khusus dalam digitalisasi akan selalu berkaitan dengan apa yang disampaikan oleh Lev Manovich. Menurutnya, teori digital akan selalu berkaitan dengan media, karena media terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dari media lama ke media terbaru, sehingga mempermudah bagi manusia dalam semua bidang yang berkaitan dengan teori digital.<sup>27</sup>

Digital berasal dari kata Digitus dari bahasa Yunani yang berarti jari jemari. Jumlah jari kita adalah 10, dan angka 10 terdiri dari angka 1 dan 0. Oleh karena itu Digital adalah penggambaran keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau *off* dan *on* (bilangan benar). Semua sistem komputer menggunakan sistem digital sebagai basis data. Bisa juga disebut sebagai Bit (*Binary Digit*). Dalam hal ini untuk dapat mengidentifikasi lima karakteristik digital, yaitu numerik representasi; *modularitas* (prinsip perakitan unit yang lebih besar dari yang lebih kecil); *otomatisasi*; *variabilitas*; dan *transcoding* (hubungan antara komputasi dan budaya sehari-hari).

Teknologi digital adalah teknologi yang tidak lagi menggunakan kerja manusia atau manual. Namun, cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca dengan komputer. Sistem digital

<sup>26</sup> Muchsin Faizah dan Efendi, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), 16.

<sup>27</sup> Lev Manovich, *The Language of New Media* (Massachusetts: MIT Press, 2001), 455.

menggunakan urutan angka untuk mewakili informasi. tidak seperti sinyal analog, sinyal digital bersifat *non continuous*.<sup>28</sup>

Digital adalah sebuah metode yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Sedangkan Teori Digital adalah sebuah konsep pemahaman dari perkembangan Zaman mengenai Teknologi dan Sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas.<sup>29</sup>

Atas dasar itu segala sesuatu yang berhubungan dengan komputer dan internet yang didalamnya terdapat *social network*, situs-situs web penyedia video dan audio. Bisa juga handphone pada zaman ini karena secara sistem mirip dengan komputer.

Begitu terkomputerisasi dengan produk digital seperti website, sosial media dan lain-lain, produk digital menunjukkan pengembangan dalam melaksanakan dan menyampaikan pesan dakwah termasuk Pimpinan Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat. Pengembangan penyampaian dakwah ini sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan penyampaian pesan dakwah. Hal ini terlihat dari berbagai data dan fakta, bahwa saat ini banyak sekali organisasi massa Islam yang sangat besar, terutama yang belum tereduksi dengan era digital dalam melaksanakan dakwah yang kurang menjangkau dan sampai ke masyarakat yang lebih luas meskipun narasi dakwah yang bahwa sangat baik. Sejalan dengan itu, banyak ormas Islam, khususnya PWNNU Jawa

---

<sup>28</sup> Ma'mur Asmani Jamal, *Tips Efektif Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Dunia Pendidikan* (Yogyakarta: Diva Press, 2011), 166–171.

<sup>29</sup> Sutidjo Dharma Oetomo Budi, *E-Education Konsep, Teknologi, Dan Aplikasi Internet Pendidikan* (Yogyakarta: Andi, 2002), 52.

Barat, yang dulunya berbasis dakwah lisan dan tulis, kini mulai beralih ke sistem berbasis internet (*online*). Ini tidak terlepas dari kemajuan pesat industri layanan internet. Yang mana, sebagian besar anggota Nahdlatul Ulama di Jawa Barat khususnya dan sebagian besar pengikut para pendakwah dari Nahdlatul Ulama khususnya generasi muda telah beralih memanfaatkan teknologi online. Karena lebih fleksibel, dapat membaca dan mendengarkan dakwah terbaru kapanpun dan dimanapun menggunakan *smartphone* berbasis Android – selama ada jaringan internet.

Era digital bukan mendigitalkan konten media menjadi bit, namun keberadaan yang dinamis dari "*new media*" isi dan hubungan interaktif Pimpinan Wilayah Nahdlatul Ulama dan anggota di Jawa Barat dan Pimpinan Cabang di Jawa Barat, hal seperti yang digambarkan oleh Lev Manovich. Jadi terletak pada pengaksesannya secara *real time* (kapan saja dengan mudah). Jadi (New Media) adalah istilah yang dimaksud untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad abad ke-20.<sup>30</sup>

Maka dalam situasi ini, PWNU Jawa Barat dapat memanfaatkan digital sebagai media dakwah untuk menyebarkan pesan dakwah dengan pengelolaan yang berkualitas dan peralatan yang memadai, seperti yang diungkapkan oleh ahli komunikasi massa Harold D. Lasswell dan Charles Wright, mengungkapkan bahwa ada empat fungsi sosial dari media sosial antara lain:

---

<sup>30</sup> Manovich, *The Language of New Media*, 469.

*Pertama*, sebagai *social surveillance*. Dalam fungsi ini, media massa, termasuk website, akan secara konsisten merujuk pada upaya penyebaran informasi dan interpretasi seobjektif mungkin menangani kejadian-kejadian yang terjadi, dengan tujuan agar kontrol sosial dapat dilakukan sehingga hal-hal yang tidak diinginkan tidak terjadi dalam lingkungan masyarakat bersangkutan.

*Kedua*, sebagai *social correlation*. Dengan fungsi korelasi sosial, akan ada upaya penyebaran informasi yang dapat menghubungkan satu kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya. Demikian pula antara berbagai perspektif yang berbeda, untuk tercapainya kesepakatan sosial.

*Ketiga*, fungsi *socialization*. Dalam fungsi ini, media massa secara konsisten mengacu pada upaya untuk pewarisan nilai-nilai luhur dari satu generasi ke generasi berikutnya, atau dari satu kelompok ke kelompok lainnya.

*Keempat*, fungsi *entertainment*. Agar tidak terkesan membosankan, tentunya media massa juga perlu memberikan hiburan kepada khalayaknya. Hanya saja, fungsi hiburan ini telah menjadi terlalu dominan mewarnai media hari ini, sehingga tiga fungsi lainnya tampaknya telah diabaikan. Oleh karena itu, fungsi hiburan harus diatur sedemikian rupa sehingga seimbang dengan 3 (tiga) fungsi lainnya.